

Jüdische Museen setzen auf TikTok

Desinformation und Verschwörungstheorien sind ein zentrales Problem sozialer Medien wie TikTok. Die Jüdischen Museen in Wien, Berlin und Frankfurt am Main wollen die Plattform jedoch nicht antisemitischen Narrativen überlassen und setzen auf eigene Inhalte.

Soziale Medien begünstigen die Verbreitung von Antisemitismus, das belegen zahlreiche Studien und Untersuchungen. Zwar versuchen die Plattformen mit Richtlinien und Filtern gegenzusteuern, dennoch gelingt es ihnen bislang nicht, antisemitische Inhalte vollständig einzudämmen. Ein Grund dafür ist die codierte Kommunikation von Antisemitismus über Hashtags, Codes und Emojis.

Durch die Verwendung von Codes ist es für Plattformen wie TikTok schwer, diese Inhalte eindeutig zu erkennen. Ein weit verbreitetes Beispiel für einen solchen Code ist die Saftpackung (engl. „Juice“), die häufig

als Synonym für Jüdinnen und Juden (engl. „Jews“) verwendet wird. Auch die Zahl 271 wird in verschiedenen Kontexten verwendet. Damit wird auf die Verschwörungstheorie angespielt, wonach im Holocaust nicht sechs Millionen Jüdinnen und Juden, sondern 271.000 ermordet wurden.

Einen detaillierteren Einblick in den Antisemitismus auf TikTok bietet eine Studie des Instituts für Demokratie und Zivilgesellschaft (IDZ) in Jena. In deren Rahmen wurden etwa 21.000 TikToks anhand ihrer Hashtags analysiert und 2.500 Videos tiefergehend auch auf inhaltlicher Ebene. Die Studienautoren identifizieren dabei fünf

Erscheinungsformen von antisemitischen Inhalten. Am weitesten verbreitet sind antisemitische Verschwörungstheorien, die sich durch fast alle Bereiche ziehen – von Politik über Wirtschaft bis hin zu Kultur und Sport.

Die Forschenden warnen davor, dass Antisemitismus durch Kommunikation in den sozialen Medien und die Nutzung von Trends anschlussfähig wird. Es sei daher wichtig, nicht nur antisemitische Inhalte zu benennen, sondern auch die kommunikativen Mechanismen populärer TikTok-Formate für aufklärerische Zwecke zu nutzen. Genau dieses Ziel verfolgen die Jüdischen Museen in Frankfurt am Main, Berlin und Wien. Während das Jüdische Museum Wien bereits seit Juli 2021 auf der Plattform aktiv ist, veröffentlicht das Jüdische Museum Frankfurt am Main und das Jüdische Museum Berlin erst seit Herbst regelmäßig Inhalte auf TikTok.

ZWISCHEN AUFLÄRUNG UND KONTROVERSE

Alle drei Museen einsetzen TikTok, um antisemitischen Narrativen entgegenzutreten. Auf der Plattform ist das Jüdische Museum Frankfurt am Main etwas weniger aktiv mit Inhalten als das Jüdische Museum Berlin, das jüdische Themen vielfältig vermittelt. Die Museen setzen auf öffentliche Aufklärung und versuchen, zu beibringen, was jüdische Kultur und Geschichte ausmacht. Sie sagen, dass sie die Plattformen nutzen, um

Trotz Bedenken hinsichtlich der Algorithmen sehen die Museen die Plattformen als einen der wichtigsten Orte, um Menschen zu erreichen. „Wir nutzen die Plattformen nicht trotz ihrer Widersprüche, sondern mit einem Bewusstsein für diese Widersprüche.“

Sandra Hollmann
Jüdisches Museum Berlin



Auf TikTok wollen die Museen Wissensvermittlung mit plattformgerechter Ansprache verbinden

Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen Public Marketing-Ausgabe ab Seite 20 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren Sie jetzt hier!